

Der Fahrgastsender Infoscreen feiert heuer sein 20jähriges Jubiläum. Zum Geburtstag soll es allerdings kein Fest geben, gefeiert wird bei Infoscreen mit einem neuen Programm. Das gesamte Jahr möchte man das Thema Geburtstag besetzen, erklären Geschäftsführer Sascha Berndt und Marketingleiterin Sheela Rapf im Interview mit medianet.

medianet: Herr Berndt, Frau Rapf, herzlichen Glückwunsch zum Jubiläum. Infoscreen beschenkt sich ja heuer sozusagen selbst mit einem neuen Programm ...

Sascha Berndt: Richtig. Für Infoscreen bedeutet das einen enormen Modernisierungsschub. Die Art des Medienkonsums der Menschen hat sich in den letzten 20 Jahren natürlich stark verändert; wir müssen uns heute fragen, wie Infoscreen aussehen würde, würde es im Jahr 2018 starten. Die Menschen kommunizieren heute eben ganz anders – gerade in Bezug auf Facebook, Instagram und so weiter. Man soll den typischen Startup-Geist von Infoscreen wieder mehr im Programm spüren.

medianet: Sie haben sich für das neue Programm von Studenten des Joanneum Hilfe geholt und sogar einen Wettbewerb gestartet.

Sheela Rapf: 20 Teams haben mitgemacht, die Präsentation für unser neues Programm findet im März 2018 statt.

medianet: Was dürfen wir uns vom neuen Programm denn nun erwarten?

Rapf: Detaillierte Auskunft kann ich ab März geben. Für mich steht allerdings schon jetzt fest, dass wir uns auf ein paar Über-

raschungen gefasst machen dürfen. Überraschend war für uns ja schon allein, wie gut die Studierenden das Infoscreen-Programm kennen. In den Briefing-Gesprächen hat sich dann gezeigt, dass die Teams eine recht unorthodoxe Herangehensweise wählen und sich über diese praxisnahe Aufgabenstellung freuen. Besonders spannend ist der Wettbewerb für uns ja auch deshalb, weil viele Studenten unwesentlich jünger sind als jene Infoscreen-Mitarbeiter, die vor 20 Jahren das Medium gewissermaßen erfunden haben.

”

Unsere Events sind kaum zu überbieten. Wir feiern anders und werden unseren Geburtstag dennoch immer wieder in unsere Aktivitäten einfließen lassen.

Sheela Rapf

medianet: Weshalb feiert Infoscreen kein großes Geburtstagsfest? 20 Jahre sind doch ein sehr guter Grund zu feiern!

Berndt: Wir haben sehr gute, bestehende fixe Events, die wir heuer ungern für ein Geburtstagsfest aufgeben möchten.

Rapf: Unsere Events sind kaum zu überbieten. Wir feiern anders und werden unseren Geburtstag dennoch immer wieder in unsere Aktivitäten einfließen lassen. Wir haben 2018 jedenfalls Großes vor.

medianet: Können Sie uns schon einen Einblick in Ihre Ziele für dieses Jahr geben?

Berndt: Derzeit befinden wir uns in einem Aufbruch, was die Digitalisierung unserer Prozesse angeht. 2017 haben wir zahlreiche digitale Umstellungen durchgeführt, heuer beschäftigen wir uns mit den digitalen Schnittstellen nach außen. Konkret fragen wir uns, wie können wir die Endkonsumenten digital erreichen. Dank einem Datenprojekt mit einem Provider haben wir nun viel über unsere Zuschauer lernen können und

auch immer stärker mit der Marke Infoscreen auseinander. Wir haben derzeit 35.000 Downloads der App und freuen uns über monatlich 2.500 aktive User.

Berndt: Wir haben die App 2017 sehr genau analysiert. Künftig soll es auf der App auch Werbung geben, und wir möchten die App nutzen, um unser Programm noch exakter auf die Erwartungshaltung unserer Zuseher abstimmen zu können.

medianet: Herr Berndt, Sie sind nun ein Jahr im Unternehmen – wie ist Ihr Resümee?



© 2017 Christoph H. Brenneis
CEO Sascha Berndt feiert mit seinem Team 20 Jahre Infoscreen.

möchten aus diesen Learnings nun weitere Schlüsse für unsere Arbeit ziehen. Uns beschäftigt auch weiterhin das Thema Live-Content.

medianet: Die Brücke zwischen Screen und Zuschauer schlagen Sie auch durch Ihre App – wie ist hier die Bilanz?

Rapf: Sehr gut – unsere Community wächst und nutzt unsere App zum Teil sogar täglich. Das heißt, die Community setzt sich

Berndt: Ich wurde von dem bestehenden Team sehr herzlich aufgenommen, was mich nicht nur sehr gefreut hat, sondern mir auch die Arbeit extrem erleichtert hat. Ich durfte viele neue Dinge lernen, gerade was den Bereich Technik angeht. Wir konnten 2017 das sehr gute Jahr 2016 toppen und 2017 ist somit das beste Jahr, welches Infoscreen je hatte – ohne das Team und unsere Kunden wäre das nicht möglich gewesen.